

## PENGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI BERSAING DALAM USAHA ANGKUTAN BARANG PADA CV PUTERA SARANA UTAMA

### APPLICATION OF SWOT ANALYSIS TO DETERMINE COMPETITIVE STRATEGY IN FREIGHT BUSINESS AT CV PUTERA SARANA UTAMA

Putri Adella Rokhaenisza<sup>1</sup>, Putu Nina Madiawati<sup>2</sup>

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup> [putriadellar@gmail.com](mailto:putriadellar@gmail.com), <sup>2</sup> [pninamad@gmail.com](mailto:pninamad@gmail.com)

#### Abstrak

Perusahaan Jasa ekspedisi di Indonesia semakin berkembang dari tahun ketahun, dengan semakin meningkat perusahaan ekspedisi membuat persaingan semakin ketat antar perusahaan jasa tersebut. Persaingan jasa ekspedisi berdampak menjadikan perusahaan-perusahaan berlomba-lomba mencari strategi yang dapat menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan internal CV. Putera Sarana Utama, mengetahui kondisi lingkungan eksternal CV. Putera Sarana Utama dan mengetahui rumusan strategi bersaing yang sebaiknya digunakan CV. Putera Sarana Utama dalam mempertahankan bisnisnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data dengan teknik wawancara dan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 11 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Temuan dari hasil penelitian ini adalah pada matriks IFAS, skor untuk kekuatan sebesar 1,46 sedangkan kelemahan sebesar 1,24 sehingga hasil dari skor pembobotan diperoleh sebesar 2,69. Apabila kekuatan dan kelemahan dioptimalkan maka akan mengatasi berbagai kelemahan yang ada, ditunjukkan dengan nilai total skor pada matriks IFAS sebesar  $2,69 \geq 1,1$ . Sedangkan pada matriks EFAS skor untuk peluang sebesar 1,35, sedangkan ancaman diperoleh skor sebesar 1,65 sehingga hasil dari skor pembobotan dari keduanya adalah 3,01. Jika semua peluang dapat dimanfaatkan dengan optimal maka akan dapat mengatasi berbagai ancaman tersebut, dengan nilai total EFAS sebesar  $3,01 \geq 1,00$ . Perusahaan berada pada posisi yang sangat menguntungkan yaitu perusahaan dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kata Kunci:** Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Strategi Bersaing

#### Abstract

Expedition Service Company in Indonesia is growing from year to year, with increasingly expedition company making the competition more tight between the company's service. Competition expedition services make companies compete to find strategies that can attract customers to use his services. This study aims to determine the internal environment conditions CV. Putera Sarana Utama, knowing the external environment condition CV. Putera Sarana Utama and knowing the formulation of competitive strategy that should be used CV. Putera Sarana Utama in maintaining its business. The method used in this research is descriptive qualitative method, data collection with interview technique and questionnaire. Sampling was done by purposive sampling method, with the number of respondents were 11 respondents. Data analysis techniques use SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). The findings of the results of this study are on the IFAS matrix, the score for the strength of 1.46 while the weakness of 1.24 so that the result of the weighting score obtained by 2.69. If strengths and weaknesses are optimized then it will overcome the various weaknesses that exist, indicated by the total score on the IFAS matrix of  $2.69 \geq 1.1$ . While the EFAS matrix score for opportunities of 1.35, while the threat obtained a score of 1.65 so that the result of weighted scores of both is 3.01. If all opportunities can be optimally utilized it will be able to overcome these threats, with a total value of EFAS of  $3.01 \geq 1.00$ . The company is a very favorable position that the company can take advantage of opportunities and strengths that exist. The strategy to be applied under these conditions is to support an aggressive growth policy.

**Keywords:** Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, Competitive Strategy

#### PENDAHULUAN

Perusahaan Jasa ekspedisi di Indonesia semakin berkembang dari tahun ketahun, dengan semakin banyak nya perusahaan ekspedisi membuat persaingan semakin ketat antar perusahaan jasa tersebut. Perluasan jaringan

perusahaan dilakukan untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnis perusahaan agar menjadi lebih maju. Meningkatnya kebutuhan akan jasa ekspedisi disebabkan karena dapat membantu meringankan perusahaan sektor lain untuk mendistribusikan barang.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi adalah CV. Putera Sarana Utama yang baru mulai beroperasi pada tahun 2006. Perusahaan ini berlokasi di Bandung. Sebagai perusahaan jasa pengiriman barang yang terintegrasi yang memberikan kemudahan dalam pengiriman barang. Seiring dengan perkembangan bisnis dan permintaan pasar yang meningkat, CV. Putera Sarana Utama siap untuk bekerja sama dengan perusahaan manapun dalam melayani pengiriman dan pendistribusian ke seluruh wilayah Indonesia dengan memakai SDM yang berkualitas, profesional dan sangat mumpuni dalam bidang transportasi khususnya angkutan darat dengan dukungan armada yang cukup tersedia. Berikut adalah data keberangkatan mobil/muatan CV. Putera Sarana Utama pada tahun 2016- Juli 2017

**Tabel 1.1**  
**Data Keberangkatan Januari 2016 – Juli 2017**

	2016	2017
Januari	73	52
Februari	45	57
Maret	83	72
April	111	61
Mei	100	102
Juni	89	38
Juli	67	69
Agustus	88	-
September	83	-
Oktober	82	-
November	54	-
Desember	60	-

Dari data Tabel 1.1 diatas terlihat bahwa keberangkatan mobil mengalami kenaikan dan penurunan dalam setiap bulannya, keberangkatan mobil dalam 4 bulan di awal tahun 2016 mendapatkan hasil yang baik, keberangkatan mobil mencapai 111 unit, lalu mengalami penurunan yang sangat drastis pada tiga bulan berikutnya yaitu hanya 63 unit keberangkatan mobil, dan pada lima bulan terakhir mengalami peningkatan tetapi tidak tinggi. Pada akhir tahun 2016 keberangkatan mobil tidak mendapatkan hasil yang baik, hanya mencapai 60 unit. Pada dua bulan di awal tahun 2017 mengalami penurunan kembali. Setelah penulis telusuri penyebab timbulnya data naik turunnya unit keberangkatan mobil adalah di peroleh dari penerimaan permintaan jasa angkutan oleh rekanan perusahaan, adapun rekanan yang di maksud yaitu PT. Pindo Deli Pulp and Paper Mills dan PT. Indomarco Prismatama.

Penulis lampirkan data pesaing CV. Putera Sarana Utama dari perusahaan pengguna jasanya. Berikut adalah daftar nama pesaing CV. Putera Sarana Utama

- Ampalu Indah Pratama Express
- Berdikari
- Catur Global Logistik
- Duta Langgeng Lestari
- Dwijaya Cahaya Abadi
- Fin Lyn Express
- Gajah Mada Internusa
- Globaltama
- Indotrans
- Jasa Angkutan Andi Riza
- Jaya Pratama Perkasa
- Mega Abadi Karya
- PT. Mitra Makmur Sejati Utama Logis
- Sarana Nusa Jayatama
- Semesta Mandiri Transport
- Usaha Berlian

Tabel 1.2 Harga Saing CV. Putera Sarana Utama dengan Pesaing

DARI	TUJUAN	Putera Sarana Utama	JAYA PRATAMA PERKASA	Mega Abadi Karya	Sarana Nusa Jayatama	USAHA BERLIAN
Bekasi	Bandar Lampung	4,888,000	4,730,000	4,750,000	4,793,000	4,830,000
	Kotabaru	14,570,000	14,570,000	14,500,000	14,100,000	14,460,000
	Pagar Alam Utara	10,400,000	10,320,000	10,295,000	10,340,000	10,300,000
	Palembang	8,272,000	8,270,000	8,265,000	8,270,000	8,272,000
	Air Molek	16,500,000	16,475,000	16,450,000	16,450,000	16,440,000
Cibitung	Jambi	10,622,000	10,622,000	10,622,000	10,620,000	10,622,000
	Muara Bungo	11,750,000	11,750,000	11,747,000	11,745,000	11,748,000
	Bukit Tinggi	15,525,000	15,510,000	15,520,000	15,500,000	15,520,000
	Guguk Panjang	15,525,000	15,510,000	15,520,000	15,500,000	15,520,000
	Kotabaru	14,170,000	14,170,000	14,120,000	14,100,000	14,115,000
	Pasaman	16,500,000	15,040,000	15,050,000	16,450,000	16,450,000
	Pulau Punjung	15,100,000	14,570,000	14,600,000	14,100,000	14,650,000
	Solok	15,040,000	15,040,000	14,570,000	14,570,000	14,570,000
	Tanjung Harapan	15,045,000	15,040,000	14,575,000	14,570,000	14,570,000
Karawang	Batu Raja	8,422,000	8,422,000	8,420,000	8,420,000	8,420,000
	Laht	9,110,000	9,080,000	8,610,000	9,080,000	8,600,000
	Palembang	8,800,000	8,798,000	8,422,000	8,420,000	8,700,000
	Prabumulih	8,622,000	8,422,000	8,422,000	8,610,000	8,500,000

Dari data Tabel 1.2 diatas terlihat bahwa harga yang di tawarkan oleh CV. Putera Sarana Utama terkadang lebih tinggi dari perusahaan pesaing lainnya. Dan terlihat bahwa masing-masing perusahaan menawarkan harga dengan harga yang paling baik agar memenangkan order dari pengguna jasa.

Fenomena yang ditemukan oleh penulis di CV. Putera Sarana Utama adalah perusahaan ini memiliki pesaing pendatang baru diantaranya Jasa Angkutan Andi Riza, Fin Lyn Express, Dwijaya Cahaya Abadi, dan Gajah Mada Internusa yang menawarkan biaya yang lebih menguntungkan pengguna jasa; Tingkat rivalitas diantara pesaing yang ada jumlahnya kurang lebih 16 pesaing baru maupun lama sehingga menimbulkan sebuah tekanan kepada CV. Putera Sarana Utama; Perusahaan terkadang tidak memiliki informasi lengkap mengenai permintaan harga dan biaya yang pengguna jasa inginkan sehingga tawar menawar antar pengguna jasa dengan perusahaan tidak berlanjut; Rekanan yang dimiliki CV. Putera Sarana Utama terkadang tidak memenuhi permintaan dari segi pemenuhan modal maupun kendaraan yang dibutuhkan sehingga tawar menawar antara perusahaan dan rekanan tidak berlanjut.

Perusahaan diharapkan dapat bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam industri yang serupa. Agar perusahaan dapat melayani kebutuhan pelanggan dengan baik dan menentukan strategi bersaing dalam usaha angkutan barang dengan efektif dan efisien, maka CV. Putera Sarana Utama harus mengetahui kondisi lingkungan internal (analisis internal) serta kondisi lingkungan eksternal (analisis eksternal) perusahaannya dengan baik, sehingga apabila lingkungan internal dan eksternal tersebut telah diperhatikan dengan baik oleh perusahaan, maka dapat menetapkan strategi apa yang harus dilakukan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnisnya. Hampir setiap perusahaan dalam pendekatannya menggunakan analisis SWOT yang banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan. Adapun analisis internal (kondisi lingkungan internal) yaitu tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dan analisis eksternal (kondisi lingkungan eksternal) yaitu tentang peluang dan ancaman perusahaan.

Ditinjau dari segi kekuatan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan itu memiliki sistem audit perusahaan yang baik, bagaimana dengan sistem pendanaan perusahaan, bagaimana sistem informasi yang ada pada perusahaan, SDM perusahaan berusia muda dan potensial untuk dikembangkan, staf yang berpengalaman, *Attitude* pegawai, akses masuk ke kawasan industri, keinginan untuk merubah dan mengembangkan perusahaan. Adapun kelemahannya dapat dilihat bagaimana pendapatan perusahaan, bagaimana pengelolaan dana perusahaan,

*cost of capital* perusahaan, birokrasi antara staf dengan pimpinan terlalu mencair sehingga terlihat perusahaan memiliki birokrasi antara atasan dengan staf, sumber daya fisik, *Internal control* yang dimiliki perusahaan.

Adapun faktor eksternal atas kondisi lingkungan eksternal perusahaan adalah luasnya pasar di Indonesia, tren pasar terhadap jasa angkutan barang, kebutuhan akan jasa angkutan barang dari masyarakat, tingkat kesadaran pelaku usaha industri terhadap jasa angkutan barang, tingkat kebutuhan pelaku usaha terhadap jasa angkutan barang, jumlah pelanggan yang menggunakan jasa angkutan barang. Peluang yang dipaparkan disertakan juga dengan ancaman berbisnis di bidang jasa ini diantaranya adalah pertumbuhan bisnis di bidang angkutan barang, kebijakan pemerintah, pertumbuhan industri terhadap tingkat penjualan jasa perusahaan, perkembangan teknologi, adanya pesaing lama dan pesaing baru.

Dalam perkembangan saat ini, analisis SWOT banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi dalam bisnis (*strategic business planning*), hal ini terbukti dari banyaknya peneliti yang menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Menurut penelitian dari (Robi, 2015) menyatakan, dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha jasa sewa mobil berada dalam fase pertumbuhan usaha. Strategi pemasaran yang cocok diterapkan adalah dengan menggunakan strategi SO (*Strength Opportunities*), strategi SO dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang pasar yang tinggi.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan mengambil judul penelitian **“Penggunaan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bersaing dalam Usaha Angkutan Barang pada CV. Putera Sarana Utama”**.

### Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi bersaing dalam usaha angkutan barang yang digunakan selama ini untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis pada CV. Putera Sarana Utama?
- 2) Bagaimana kondisi lingkungan internal (analisis internal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT?
- 3) Bagaimana kondisi lingkungan eksternal (analisis eksternal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT?
- 4) Bagaimana rumusan strategi bersaing yang sebaiknya dilakukan dimasa yang akan datang oleh CV. Putera Sarana Utama?

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

- 1) Mengetahui strategi bersaing dalam usaha angkutan barang yang digunakan selama ini untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis pada CV. Putera Sarana Utama
- 2) Mengetahui kondisi lingkungan internal (analisis internal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT
- 3) Mengetahui kondisi lingkungan eksternal (analisis eksternal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT
- 4) Mengetahui rumusan strategi bersaing yang sebaiknya dilakukan dimasa yang akan datang oleh CV. Putera Sarana Utama

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Pemasaran

Menurut Rangkuti (2014:101), pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

#### Jasa

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7), Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

#### Strategi

Definisi strategi yang pertama di kemukakan oleh Chandler (Rangkuti, 2014:3) menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Distinctive Competence*

Yaitu tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

2. *Competitive Advantages*

Yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

### Manajemen Strategi

Manajemen Strategi terbentuk dari 2 kata yaitu manajemen dan strategi, dimana manajemen strategi merupakan ilmu dalam membuat (*formulating*), menerapkan dan mengevaluasi keputusan-keputusan strategi antar fungsi-fungsi manajemen yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai tujuan yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dimana organisasi itu berada. Dalam hal ini manajemen strategi mencakup aliran keputusan, cara-cara membentuk strategi, membuat keputusan desain serta program perusahaan dan mengembangkan strategi-strategi yang efektif (Amirullah, 2015:5-7)

### Strategi Bersaing

Perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan bisnis yang ketat akan memilih dan menerapkan strategi yang sesuai (*fit*) dengan karakter perusahaan dan kondisi lingkungannya. Hal ini senada dengan pendapat yang dikemukakan oleh Grant (1995) dalam Amirullah (2015: 8), bahwa agar strategi yang dilakukan dapat berhasil maka strategi tersebut harus konsisten dengan nilai dan tujuan perusahaan, lingkungan eksternal perusahaan, kemampuan dan sumberdaya yang dimiliki perusahaan, maupun system dan organisasi perusahaan tersebut. Sedangkan Max dan Majlus (1995) dalam Amirullah (2015: 9), menyatakan bahwa strategi yang diterapkan harus sesuai dengan *core competencies* yang dimiliki serta kondisi eksternal perusahaan. Perusahaan yang tepat dalam memilih strategi akan mampu bertahan dalam siklus kehidupan bisnis dalam jangka panjang.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2014:19)

### Penyusunan Strategi

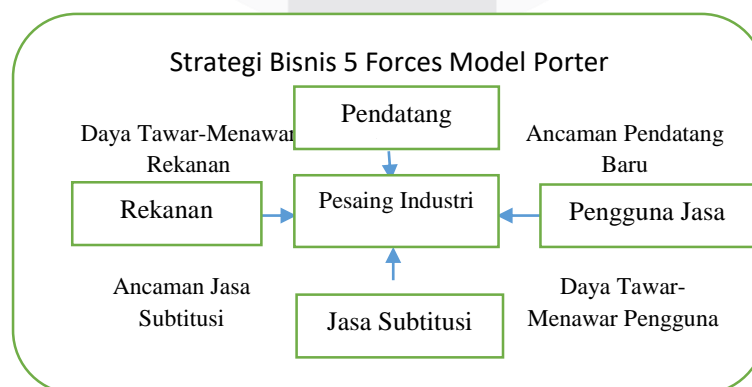
1. Matriks Faktor Strategi Eksternal
2. Matriks Faktor Strategi Internal
3. Matriks Internal-Eksternal
4. Matriks SWOT

### METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, pengumpulan data dengan teknik wawancara dan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 11 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Strategi Bersaing dalam Usaha Angkutan Barang



**Gambar 4.1**  
**Strategi Bersaing 5 Forces Model Porter**

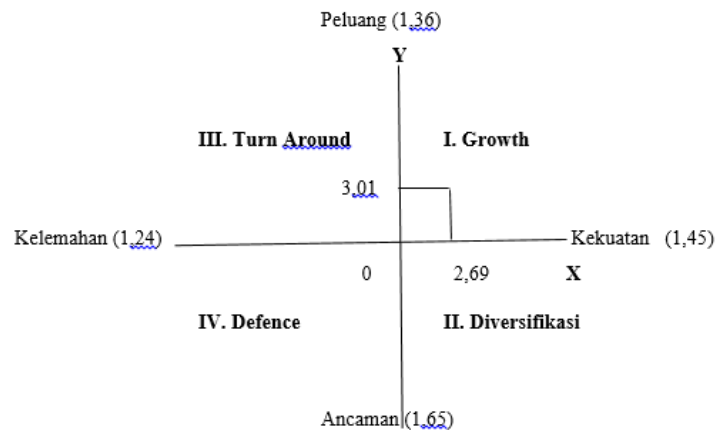
### Matriks Faktor Strategi Eksternal

Dari hasil perhitungan skor EFAS didapatkan nilai EFAS sebesar 3,005 dengan komposisi nilai peluang sebesar 1,36 dan nilai ancaman sebesar 1,65. Jika semua peluang dapat dimanfaatkan dengan optimal akan dapat mengatasi berbagai ancaman tersebut, dengan nilai total EFAS sebesar  $3,005 \geq 1,00$  artinya sistem mampu merespon situasi eksternal yang ada.

### Matriks Faktor Strategi Internal

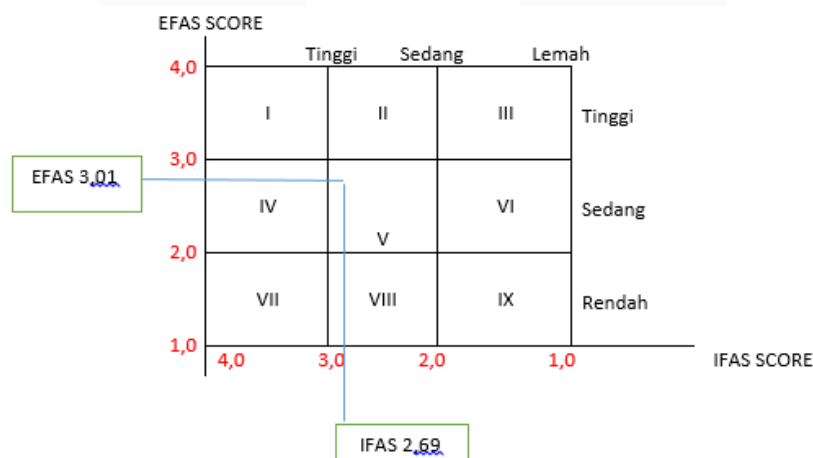
Dari hasil perhitungan skor IFAS didapatkan nilai IFAS sebesar 2,69 dengan komposisi nilai kekuatan sebesar 1,46 dan nilai kelemahan sebesar 1,24. Apabila kekuatan itu dioptimalkan maka akan mengatasi berbagai kelemahan yang ada, ditunjukkan dengan nilai total skor pada matriks IFAS sebesar  $2,69 \geq 1,1$  artinya kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi situasi.

Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4.1** Diagram SWOT  
Sumber : Hasil pengolahan data (2017)

### Matriks Internal-Eksternal



**Gambar 4.2**  
Matriks IE



## Matriks SWOT

Tabel 4.3 Matriks SWOT CV Putera Sarana Utama

<p><b>IFAS</b> <b>Internal Strategy Analysis Factor</b></p> <p><b>EFAS</b> <b>External Strategy Analysis Factor</b></p>	<p><b>Strenght (S) Kekuatan Internal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem audit keuangan (0,18)</li> <li>2. Sistem pendanaan (0,15)</li> <li>3. Sistem Informasi (0,20)</li> <li>4. SDM berusia muda (0,15)</li> <li>5. Staf yang berpengalaman (0,18)</li> <li>6. <i>Attitude</i> pegawai yang baik (0,18)</li> <li>7. Akses ke kawasan industri (0,18)</li> <li>8. Keinginan untuk merubah dan mengembangkan perusahaan (0,22)</li> </ol>	<p><b>Weakness (W) Kelemahan Internal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan perusahaan (0,13)</li> <li>2. <i>Cost of capital</i> (0,12)</li> <li>3. Peraturan pelaksanaan pengelolaan dana termasuk SOP yang masih kurang (0,21)</li> <li>4. Birokrasi antara staf dengan pimpinan (0,21)</li> <li>5. Jumlah unit mobil di perusahaan belum mencukupi (0,16)</li> <li>6. Sumber daya fisik (0,20)</li> <li>7. <i>Internal control</i> (0,21)</li> </ol>
<p><b>Opportunities (O) Peluang Internal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Luasnya pasar di Indonesia (0,25)</li> <li>2. Tren pasar yang sesuai dengan bisnis ini (0,21)</li> <li>3. Kebutuhan akan jasa angkutan barang dari masyarakat (0,19)</li> <li>4. Tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap jasa angkutan barang (0,19)</li> <li>5. Tingkat kebutuhan pelaku usaha terhadap jasa angkutan barang (0,28)</li> <li>6. Jumlah pelanggan yang menggunakan jasa angkutan barang (0,24)</li> </ol>	<p><b>Strategi SO (Memungkinkan perusahaan bisa berkembang lebih cepat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan SDM berusia muda karena berpotensi untuk dikembangkan</li> <li>2. Mempertahankan staf yang berpengalaman</li> <li>3. Memanfaatkan tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap jasa angkutan barang sangat penting bagi perusahaan</li> <li>4. Mempunyai keinginan yang tinggi untuk merubah dan mengembangkan perusahaan</li> <li>5. Menjaga pelanggan yang menggunakan jasa angkutan barang agar jumlahnya terus meningkat</li> </ol>	<p><b>Strategi WO (Pemanfaatan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan dan mengoptimalkan jasa angkutan pengiriman barang yang ada.</li> <li>2. Memberdayakan Target pasar yang menggeliat positif.</li> <li>3. Melayani dengan service terbaik untuk setiap pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman.</li> <li>4. Melihat positif peluang dari kebutuhan masyarakat.</li> </ol>
<p><b>Threat (T) Ancaman Eksternal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan bisnis di bidang angkutan barang (0,31)</li> <li>2. Kebijakan pemerintah (0,25)</li> <li>3. Pertumbuhan industri terhadap tingkat penjualan jasa perusahaan (0,25)</li> <li>4. Perkembangan teknologi (0,29)</li> <li>5. Adanya pesaing lama (0,25)</li> <li>6. Adanya pesaing baru (0,29)</li> </ol>	<p><b>Strategi ST (Menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempersiapkan sistem audit keuangan dan sistem pengelolaan dana dengan lebih baik lagi menghadapi pertumbuhan bisnis di bidang angkutan barang yang semakin meningkat dan menghadapi pertumbuhan industri agar dapat tetap berkompetisi dengan pesaing</li> <li>2. Mempersiapkan sistem informasi yang lebih baik lagi menghadapi perkembangan teknologi</li> <li>3. Berusaha untuk tetap di percayai oleh rekanan agar</li> </ol>	<p><b>Strategi WT (Meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat peraturan pelaksanaan pengelolaan dana termasuk SOP yang jelas</li> <li>2. Birokrasi antara staf dengan pimpinan jangan terlalu mencair sehingga akan terlihat perusahaan memiliki birokrasi yang tidak setara antara atasan dengan staf</li> <li>3. Menambah unit mobil agar dapat memenuhi permintaan rekanan</li> </ol>

	akses masuk ke industri semakin mudah	4. Menjaga loyalitas dari rekanan kepada perusahaan
--	---------------------------------------	---

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

#### 1. Strategi bersaing dalam usaha angkutan barang yang digunakan selama ini untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis pada CV. Putera Sarana Utama

Berupaya memiliki SDM yang berusia muda agar berpotensi untuk dikembangkan dengan cara menggunakan jasa perusahaan pengembangan sumber daya manusia untuk memberikan masukan dan mencari sumber daya manusia yang berpotensi di setiap lini aktifitas bisnis CV. Putera Sarana Utama dengan akurat, berupaya memiliki staf yang berpengalaman dengan cara wawancara pada waktu seleksi masuk dan menganalisis data riwayat hidup, berupaya agar akses masuk ke kawasan industri mudah dengan cara memiliki *networking* dengan seluas-luasnya, berusaha menjaga *attitude* karyawan agar memiliki *attitude* yang baik supaya perusahaan dapat beroperasi seperti yang diharapkan. Dengan cara memiliki Standar Operasional perusahaan yang jelas dan tertulis, berupaya memberikan layanan yang baik untuk rekanan dengan cara mengetahui list kebutuhan pengguna jasa dan mengetahui karakteristik mereka.

#### 2. Kondisi lingkungan internal (analisis internal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT.

Kekuatan CV Putera Sarana Utama yaitu memiliki sistem audit perusahaan yang sudah cukup baik tetapi masih perlu perbaikan, sistem pendanaan ditunjang oleh para investor tetapi masih kurang, sistem informasi yang belum seluruhnya terkomputerisasi, masih menggunakan aplikasi windows, SDM perusahaan berusia muda dan potensial untuk dikembangkan, staf yang dimiliki cukup berpengalaman, *Attitude* pegawai yang cukup baik, akses masuk ke kawasan industri cukup mudah, memiliki keinginan yang besar untuk merubah dan mengembangkan perusahaan Adapun kelemahannya terletak pada pendapatan perusahaan terkadang lebih kecil dari beban yang dikeluarkan pengelolaan dana yang terkadang porsi untuk modal kecil sehingga perusahaan harus memiliki referensi pemodal dengan jumlah banyak, *cost of capital* perusahaan masih bersumber dari pinjaman bank dan biaya modal masih tergantung dengan pemilik modal yang dimiliki oleh pihak eksternal perusahaan, birokrasi antara staf dengan pimpinan terlalu mencair sehingga terlihat perusahaan memiliki birokrasi yang setara antara atasan dengan staf, sumber daya fisik masih dalam tahap perapihan, untuk dokumen keuangan sudah mulai membaik yang masih sedang tahap perapihan adalah dokumen fisik administrasi berupa data [kehadiran karyawan, SOP (Standar Operasional Perusahaan) yang belum terdokumentasi, teknis perekrutan karyawan], *internal control* masih dilakukan oleh pengawas perusahaan belum ada pihak independen.

#### 3. Kondisi lingkungan eksternal (analisis eksternal) pada CV. Putera Sarana Utama dengan menggunakan SWOT

Peluang CV Putera Sarana Utama yaitu luasnya pasar di Indonesia membuat jasa pengiriman barang menjadi salah satu bisnis yang dipilih, tren pasar terhadap jasa angkutan barang yang cukup menjajikan, kebutuhan akan jasa angkutan barang dari masyarakat sudah mulai terlihat, tingkat kesadaran pelaku usaha industri terhadap jasa angkutan barang cukup tinggi, tingkat kebutuhan pelaku usaha terhadap jasa angkutan barang terlihat lebih baik, jumlah pelanggan yang menggunakan jasa angkutan barang mulai meningkat. Peluang yang dipaparkan disertakan juga dengan ancaman berbisnis di bidang jasa ini diantaranya adalah pertumbuhan bisnis di bidang angkutan barang cukup berkembang sehingga kita harus mampu menawarkan jasa dengan kemasan yang terbaik, kebijakan pemerintah yang terkadang membuat bisnis ini terhambat, pertumbuhan industri terhadap tingkat penjualan jasa perusahaan, perkembangan teknologi yang menuntut untuk selalu berinovasi terutama di jasa angkutan barang, adanya persaingan dengan pesaing lama membutuhkan strategi lebih untuk dapat memenangkan pasar, persaingan dengan pesaing baru yang membutuhkan strategi dalam hal komitmen dan kepercayaan dari rekanan.

#### 4. Rumusan strategi bersaing pada CV. Putera Sarana Utama

CV. Putera Sarana Utama mulai mencoba menawarkan biaya kerjasama dengan pengguna jasa yang lebih bersahabat dalam arti *Win-Win Solution*; CV. Putera Sarana Utama mampu mengendalikan rivalitas dengan pesaing yang ada dengan mengetahui kelebihan dan kekurangan mereka sehingga perusahaan bisa mengatasi permasalahan tersebut; CV. Putera Sarana Utama lebih menggali informasi lengkap mengenai permintaan harga dan biaya yang pengguna butuhkan sehingga terjadi tawar-menawar dengan sistem negosiasi sehingga terjalin kesepakatan; CV. Putera Sarana Utama sudah mulai mencoba memiliki modal dengan mandiri



dengan cara selalu menyisihkan atau menabung sejumlah uang dari setiap pendapatan yang dimiliki. Selain itu juga mulai memiliki kendaraan dengan mandiri sehingga tidak tergantung kepada rekanan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abisha, Nico. (2015). *Analisa Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi PT. Bagong Dirgantara Niaga*. Agora Vol.3 No.1
- [2] Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- [3] Akbar, Roby. (2016). *Perumusan Strategi Pemasaran Untuk Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) PT. Syahid Global Internasional dengan Analisis SWOT*. Bandung: Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom
- [4] Arifin, Zainal. (2012). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Rosdakarya
- [5] Firdaus, Farizan. (2011). *Perumusan Strategi Bersaing pada Industri Transportasi Trayek Jakarta-Bandung: Studi Kasus PT. Primajasa Perdanarayautama*. Depok: Fakultas Teknik Universitas Indonesia
- [6] Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran 2 (Edisi Millenium)*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri.
- [7] Moleong, Lexy J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [8] Moleong, Lexy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [9] Pahrudin, C & Wibowo, F P. (2015). *Strategi Persaingan Usaha Angkutan Barang PT. Kereta Logistik*. Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik, Vol.2 No.3
- [10] Prawirosentono, Suyadi & Primasari, Dewi. (2014). *Manajemen Strategik & Pengambilan Keputusan Korporasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- [11] Radinal. (2011). *Formulasi Strategi Bisnis Baraya Travel Bandung Tahun 2011*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
- [12] Rangkuti, Freddy. (2014). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [13] Rahmawani, Henni. (2009). *Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Posisi Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Sun Dewata Express Cab. Medan)*. Medan: Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara Medan
- [14] Sabariah, Etika. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR
- [15] Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: PT Grasindo
- [16] Saputra, Andreas D. (2015). *Analisa Strategi Bersaing pada CV. Eka Jaya*. Agora Vol.3 No.1
- [17] Setyawan, Robi. (2015). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil "Aman-Amin" Transport Tours and Travel Ambarketawang Sleman Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
- [18] Sirait, Rouly Novalyna. (2013). *Strategi Bisnis Jasa Transportasi pada CV. Sartika Group Medan*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara
- [19] Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- [20] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [21] Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [22] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [23] Suhaim, Stevanus
- [24] Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- [25] Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- [26] Sri Sedjati, Retina. (2011). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. BUDI UTAMA)